

Pengaruh Sistem Pembayaran Digital terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu

Nurma¹, Irwansyah², Asmawaty³

^{1,2} Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia

³ Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history: Received Jul 9, 2026 Revised Jul 18, 2026 Accepted Jul 27, 2026 Keywords: Digital Payment System Decision to Use Services Laundry Services QRIS	This study aims to analyze the effect of the digital payment system on the decision to use laundry services in Simpasai Village, Dompu Regency. This study employed a quantitative approach with an associative research design. The population consisted of 35 laundry service consumers, and a saturated sampling technique was applied, in which all members of the population were selected as the research sample. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity, reliability, classical assumption, simple linear regression, partial (t-test), and coefficient of determination analyses with the assistance of IBM SPSS Statistics version 26. The results revealed that the digital payment system has a positive and significant effect on the decision to use laundry services, as indicated by a t-value of 12.353 with a significance level of 0.000 (<0.05) and an R Square value of 0.822, indicating that the digital payment system explains 82.2% of the variation in the decision to use laundry services, while the remaining 17.8% is influenced by other factors outside the research model. The findings suggest that implementing digital payment systems can serve as an effective strategy for laundry service providers to improve service quality and encourage consumers' decisions to use laundry services. <i>This is an open access article under the CC BY-NC license.</i> 

Corresponding Author:

Nurma,
Manajemen,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Nusa Tenggara Barat, Indonesia,
Jl. Syech Muhammad Lingkar Utara Sawete Bali 1 Dompu.
Email: bunganurma1505@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi yang signifikan dalam sistem pembayaran. Perubahan dari transaksi tunai menuju transaksi digital menjadi bagian penting dalam perkembangan ekonomi digital yang semakin modern. Berbagai instrumen pembayaran digital seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), *electronic wallet* (e-wallet), dan *mobile banking* menawarkan kemudahan, kecepatan, keamanan, serta fleksibilitas dalam melakukan transaksi. Digitalisasi pembayaran tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memperluas akses layanan keuangan bagi masyarakat. Bank Indonesia (2023) menyatakan bahwa sistem pembayaran digital berperan penting dalam mendukung percepatan transformasi ekonomi digital nasional, sedangkan World Bank (2022) menjelaskan bahwa pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi aktivitas ekonomi melalui transaksi yang lebih cepat, aman, dan transparan.

Di Indonesia, penggunaan pembayaran digital terus meningkat seiring berkembangnya penggunaan internet dan *smartphone*. Pemerintah melalui implementasi QRIS terus mendorong

digitalisasi transaksi pada berbagai sektor usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perkembangan tersebut tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga meningkatkan kemudahan konsumen dalam melakukan transaksi. Fitriyah et al. (2024) menjelaskan bahwa penggunaan pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi transaksi serta mendorong kinerja UMKM melalui pemanfaatan QRIS. OECD (2021) menyatakan bahwa digitalisasi pembayaran mampu meningkatkan inklusi keuangan masyarakat, sedangkan Pancawati et al. (2025) menjelaskan bahwa implementasi QRIS mendukung literasi keuangan digital dan meningkatkan kemudahan transaksi masyarakat.

Salah satu sektor jasa yang mulai mengadopsi sistem pembayaran digital adalah usaha *laundry*. Usaha *laundry* berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang praktis, cepat, dan efisien. Selain kualitas pelayanan, metode pembayaran juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih penyedia jasa. Konsumen cenderung memilih usaha yang menyediakan sistem pembayaran digital karena dianggap lebih praktis, aman, dan nyaman dibandingkan pembayaran tunai. Penelitian Zakariya & Arifin (2025) menunjukkan bahwa penerapan pembayaran digital melalui QRIS dan *e-wallet* mampu meningkatkan efisiensi transaksi pada UMKM sehingga mendukung efektivitas operasional dan kualitas layanan. Selain itu, Pranata (2025) menjelaskan bahwa masyarakat memberikan respons positif terhadap penggunaan QRIS karena dinilai mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam melakukan transaksi. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian internasional Al-Okaily et al. (2024) yang membuktikan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh konsumen.

Di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu, beberapa usaha *laundry* telah menyediakan fasilitas pembayaran digital sebagai alternatif pembayaran bagi pelanggan. Namun demikian, berdasarkan fenomena di lapangan, pemanfaatan pembayaran digital oleh konsumen masih beragam. Sebagian konsumen memilih menggunakan pembayaran digital karena dinilai lebih cepat, praktis, dan aman, sedangkan sebagian lainnya masih menggunakan pembayaran tunai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital diduga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa *laundry*. Penelitian internasional Nguyen et al. (2024) juga menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan pengalaman pengguna merupakan faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan berbasis digital.

Urgensi penelitian ini terletak pada semakin berkembangnya digitalisasi pembayaran yang belum sepenuhnya diikuti oleh pemanfaatan pembayaran digital pada usaha jasa lokal, khususnya usaha *laundry* di Kelurahan Simpasai. Bagi pelaku usaha, penyediaan sistem pembayaran digital tidak lagi sekadar menjadi alternatif pembayaran, tetapi telah menjadi bagian dari strategi pelayanan untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan. Penelitian oleh Humbani & Wiese (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kualitas layanan pembayaran digital berperan penting dalam mendorong keputusan konsumen untuk menggunakan suatu layanan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu memberikan bukti empiris mengenai pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry* sehingga hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Penelitian mengenai sistem pembayaran digital telah banyak dilakukan pada berbagai sektor usaha dan menunjukkan hasil yang relatif konsisten. Penelitian Zakariya & Arifin (2025) menunjukkan bahwa penerapan pembayaran digital melalui QRIS dan *e-wallet* mampu meningkatkan efisiensi transaksi pada UMKM, sedangkan Pranata (2025) menjelaskan bahwa penggunaan QRIS memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Hasil penelitian internasional Al-Okaily et al. (2024) serta Nguyen et al. (2024) menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, kepercayaan, keamanan transaksi, dan pengalaman pengguna merupakan faktor-faktor yang mendorong adopsi serta keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada sektor *e-commerce*, UMKM, maupun keputusan pembelian produk, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu, masih sangat terbatas.

Penelitian mengenai pembayaran digital telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada sektor *e-commerce*, keputusan pembelian produk, maupun kinerja UMKM secara umum. Penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry*, terutama pada konsumen di Kabupaten Dompus, masih sangat terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menganalisis pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry* dengan responden konsumen di Kelurahan Simpasai. Penelitian ini menggunakan indikator sistem pembayaran digital yang meliputi kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, fleksibilitas, dan kenyamanan transaksi, sedangkan keputusan penggunaan jasa *laundry* diukur melalui pengenalan kebutuhan, ketertarikan menggunakan, keyakinan memilih, keputusan menggunakan, dan loyalitas penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompus.

Sistem Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital merupakan mekanisme pembayaran yang memanfaatkan teknologi elektronik untuk memfasilitasi transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan pola transaksi masyarakat dari pembayaran konvensional menuju pembayaran digital yang dinilai lebih praktis, cepat, aman, dan efisien. Kehadiran berbagai layanan pembayaran digital, seperti QRIS, dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, dan *internet banking*, memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi pada berbagai sektor usaha, termasuk sektor jasa. Menurut Laudon & Traver (2022), sistem pembayaran digital merupakan bagian dari perkembangan *electronic commerce* yang memungkinkan proses pembayaran dilakukan secara elektronik melalui jaringan *internet* sehingga transaksi menjadi lebih efektif, akurat, dan efisien.

Perkembangan sistem pembayaran digital tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga mampu meningkatkan pengalaman konsumen selama melakukan transaksi. Konsumen dapat melakukan pembayaran kapan saja dan di mana saja tanpa harus membawa uang tunai dalam jumlah tertentu. Selain itu, sistem pembayaran digital juga menyediakan bukti transaksi secara otomatis sehingga mampu meningkatkan transparansi serta mengurangi risiko kesalahan dalam proses pembayaran. Turban et al. (2022) menjelaskan bahwa penggunaan teknologi pembayaran digital mampu meningkatkan kualitas layanan melalui proses transaksi yang lebih cepat, aman, dan mudah sehingga memberikan pengalaman positif bagi pengguna.

Dalam perspektif pemasaran, sistem pembayaran digital merupakan salah satu bentuk inovasi layanan yang mampu meningkatkan nilai yang dirasakan (*perceived value*) oleh konsumen. Kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, kecepatan proses pembayaran, serta fleksibilitas metode pembayaran menjadi faktor yang mendorong konsumen memilih suatu produk atau jasa. Jain & Jain (2024) melalui kajian sistematis menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, kepercayaan, dan persepsi risiko merupakan faktor-faktor utama yang memengaruhi adopsi pembayaran digital. Selanjutnya, Ramayanti et al. (2024) menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, keamanan, dan pengaruh sosial merupakan determinan yang paling konsisten dalam membentuk niat maupun penggunaan aktual sistem pembayaran digital.

Dalam penelitian ini, indikator sistem pembayaran digital disusun berdasarkan sintesis berbagai penelitian mengenai adopsi sistem pembayaran digital, khususnya Ramayanti et al. (2024) yang mengidentifikasi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *perceived security* sebagai faktor-faktor utama yang memengaruhi penggunaan sistem pembayaran digital. Dengan menyesuaikan karakteristik objek penelitian, indikator yang digunakan meliputi kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, fleksibilitas, dan kenyamanan transaksi.

a) Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen ketika menggunakan sistem pembayaran digital. Sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakannya dalam melakukan transaksi.

- b) Kecepatan Transaksi
Kecepatan transaksi menunjukkan kemampuan sistem pembayaran digital dalam menyelesaikan proses pembayaran secara cepat dan efisien sehingga dapat menghemat waktu konsumen selama melakukan transaksi.
- c) Keamanan
Keamanan merupakan kemampuan sistem pembayaran digital dalam melindungi data pribadi maupun informasi keuangan pengguna selama proses transaksi berlangsung. Tingkat keamanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital.
- d) Fleksibilitas
Fleksibilitas menunjukkan kemampuan sistem pembayaran digital untuk digunakan pada berbagai metode pembayaran, perangkat, maupun lokasi transaksi sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen sesuai kebutuhan mereka.
- e) Kenyamanan Transaksi
Kenyamanan transaksi merupakan tingkat kenyamanan yang dirasakan konsumen selama menggunakan sistem pembayaran digital, baik dari segi proses pembayaran, kemudahan akses, maupun pengalaman transaksi secara keseluruhan.

Keputusan Penggunaan Jasa Laundry

Keputusan penggunaan jasa merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan untuk menggunakan suatu layanan berdasarkan kebutuhan, keinginan, serta pertimbangan terhadap manfaat yang diperoleh. Dalam proses tersebut, konsumen akan mengevaluasi berbagai alternatif sebelum memutuskan menggunakan jasa tertentu. Keputusan penggunaan jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan, harga, kemudahan transaksi, lokasi, promosi, maupun pengalaman konsumen terhadap penyedia jasa. Menurut Kotler et al. (2022), keputusan konsumen merupakan hasil dari serangkaian proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan penggunaan, dan evaluasi setelah penggunaan yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal.

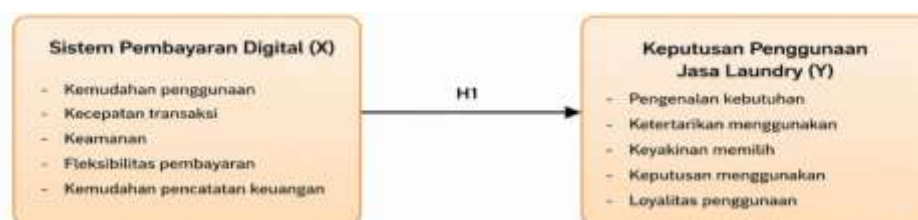
Dalam industri jasa, keputusan konsumen untuk menggunakan suatu layanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas jasa yang diberikan, tetapi juga oleh kemudahan yang diperoleh selama proses transaksi. Kemudahan pembayaran, kecepatan pelayanan, keamanan transaksi, serta kenyamanan dalam menggunakan layanan menjadi aspek yang mampu meningkatkan minat konsumen dalam memilih suatu penyedia jasa. Wirtz & Lovelock (2021) menjelaskan bahwa keberhasilan perusahaan jasa dalam menarik konsumen dipengaruhi oleh kemampuannya memberikan pengalaman pelayanan yang mudah, nyaman, dan mampu memenuhi harapan pelanggan secara menyeluruh.

Keputusan penggunaan jasa juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap manfaat yang diperoleh setelah menggunakan layanan. Apabila konsumen merasa bahwa layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapannya, maka akan muncul keyakinan untuk menggunakan kembali jasa tersebut pada masa yang akan datang. Sebaliknya, apabila pengalaman yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan, konsumen cenderung mencari alternatif penyedia jasa lainnya. Wilson et al. (2021) menyatakan bahwa pengalaman pelayanan yang positif akan meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta kecenderungan konsumen untuk menggunakan kembali jasa yang sama. Temuan tersebut didukung oleh Nasution et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna dalam memilih suatu layanan jasa. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan jasa *laundry* merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam memilih dan menggunakan jasa *laundry* berdasarkan pertimbangan terhadap manfaat, kemudahan, kualitas pelayanan, serta pengalaman yang diperoleh selama menggunakan layanan tersebut.

Dalam penelitian ini, indikator keputusan penggunaan jasa *laundry* mengacu pada Kotler et al. (2022) yang menjelaskan bahwa keputusan penggunaan jasa dapat diukur melalui beberapa indikator berikut:

- a) **Pengenalan Kebutuhan**
Pengenalan kebutuhan merupakan tahap awal ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan terhadap jasa *laundry* sebagai solusi atas aktivitas mencuci pakaian yang tidak dapat dilakukan sendiri. Kesadaran tersebut mendorong konsumen untuk mencari layanan yang sesuai dengan kebutuhannya.
- b) **Ketertarikan Menggunakan**
Ketertarikan menggunakan menunjukkan munculnya minat konsumen untuk menggunakan jasa *laundry* setelah memperoleh informasi mengenai pelayanan, kemudahan pembayaran, maupun manfaat yang ditawarkan penyedia jasa. Semakin tinggi ketertarikan konsumen, semakin besar kemungkinan jasa tersebut dipilih.
- c) **Keyakinan Memilih**
Keyakinan memilih merupakan tingkat kepercayaan konsumen terhadap jasa *laundry* yang dipilih berdasarkan pengalaman, informasi, maupun persepsi mengenai kualitas layanan yang diberikan. Keyakinan tersebut menjadi dasar sebelum konsumen memutuskan menggunakan jasa.
- d) **Keputusan Menggunakan**
Keputusan menggunakan merupakan tindakan nyata konsumen dalam memilih dan menggunakan jasa *laundry* setelah mempertimbangkan berbagai alternatif yang tersedia. Tahap ini menunjukkan bahwa konsumen telah menetapkan pilihan terhadap penyedia jasa tertentu.
- e) **Loyalitas Penggunaan**
Loyalitas penggunaan merupakan kecenderungan konsumen untuk menggunakan kembali jasa *laundry* yang sama serta merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa puas terhadap pelayanan yang diterima. Loyalitas mencerminkan hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia jasa.

Berdasarkan teori Laudon dan Traver (2022) mengenai sistem pembayaran digital serta teori Kotler, Keller, dan Chernev (2022) mengenai keputusan penggunaan jasa, yang didukung oleh hasil penelitian Islam et al. (2023), Al-Okaily et al. (2024), Humbani dan Wiese (2024), serta Ramayanti et al. (2024), sistem pembayaran digital diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry*. Menurut Sugiyono (2022), kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan antarvariabel penelitian berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu sehingga menjadi dasar dalam menjelaskan arah hubungan antarvariabel yang akan diuji. Dengan demikian, kerangka berpikir dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara Sistem Pembayaran Digital sebagai variabel independen terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* sebagai variabel dependen.



Sumber: Peneliti, 2026

Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang disusun berdasarkan teori, kerangka berpikir, dan hasil penelitian terdahulu yang kebenarannya masih harus dibuktikan melalui pengumpulan serta analisis data empiris. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_0 : *Sistem pembayaran digital tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa laundry di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu.*

H₁: Sistem pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa laundry di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hubungan antara variabel independen dan variabel dependen melalui analisis statistik berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Menurut Sugiyono (2022), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Sejalan dengan itu, Sekaran & Bougie (2020) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis secara objektif melalui pengukuran variabel yang dianalisis menggunakan metode statistik sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu yang berjumlah 35 orang sesuai dengan kriteria penelitian. Menurut Sugiyono (2022), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Mengingat jumlah populasi relatif kecil, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling* jenuh (*total sampling*), yaitu teknik penentuan sampel dengan menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa *sampling* jenuh digunakan apabila seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi populasi secara menyeluruh. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 35 responden, yaitu seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai dan memenuhi kriteria penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen, yaitu Sistem Pembayaran Digital (X), dan variabel dependen, yaitu Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* (Y). Variabel sistem pembayaran digital diukur menggunakan indikator kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, fleksibilitas, dan kenyamanan transaksi. Sementara itu, variabel keputusan penggunaan jasa *laundry* diukur melalui indikator pengenalan kebutuhan, ketertarikan menggunakan, keyakinan memilih, keputusan menggunakan, dan loyalitas penggunaan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dengan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), dan 5 = Sangat Setuju (SS). Selain kuesioner, data juga diperoleh melalui observasi dan studi pustaka untuk memperoleh informasi yang mendukung penelitian (Creswell & Creswell, 2023).

Data penelitian dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26. Tahap awal analisis dilakukan melalui uji validitas untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian dan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Menurut Ghozali (2021), instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai korelasi setiap butir pernyataan lebih besar daripada nilai *r* tabel, sedangkan instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi dasar sehingga menghasilkan estimasi yang tidak bias. Uji multikolinearitas tidak dilakukan karena penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen.

Selanjutnya, data dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry*. Menurut Hair et al. (2022), regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $Y = \alpha + \beta X + e$, di mana Y merupakan keputusan penggunaan jasa *laundry*, α adalah konstanta, β merupakan koefisien regresi, X adalah sistem pembayaran digital, dan *e* merupakan *error term* atau kesalahan pengganggu. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji *t* pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry*. Selain itu, dilakukan

pengujian koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi sistem pembayaran digital dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan jasa *laundry*. Menurut Hair et al. (2022), nilai koefisien determinasi menunjukkan kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Melalui tahapan analisis tersebut diharapkan penelitian ini mampu memberikan bukti empiris mengenai pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Penelitian ini melibatkan 35 responden yang merupakan konsumen jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu. Penentuan sampel menggunakan teknik *sampling* jenuh (*total sampling*) sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sebagai responden penelitian. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel Sistem Pembayaran Digital dan Keputusan Penggunaan Jasa Laundry. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan bantuan program IBM SPSS *Statistics* versi 26 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Nilai Validitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sistem Pembayaran Digital (X)	Seluruh item > r tabel (0,334)	0,918	Valid dan Sangat Reliabel
Keputusan Penggunaan Jasa Laundry (Y)	Seluruh item > r tabel (0,334)	0,940	Valid dan Sangat Reliabel

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Sistem Pembayaran Digital maupun Keputusan Penggunaan Jasa Laundry memiliki nilai korelasi yang lebih besar daripada nilai r tabel (0,334) sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Sistem Pembayaran Digital memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,918, sedangkan variabel Keputusan Penggunaan Jasa Laundry memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,940. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian memenuhi syarat validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar sehingga hasil analisis dapat digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis. Pada penelitian ini, pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Uji multikolinearitas tidak dilakukan karena penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana yang hanya melibatkan satu variabel independen, yaitu Sistem Pembayaran Digital. Menurut Ghazali (2021), uji multikolinearitas hanya diperlukan pada model regresi yang memiliki dua atau lebih variabel independen untuk mengetahui adanya hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel bebas.

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Pengujian	Hasil	Keterangan
Uji Normalitas (Shapiro-Wilk)	Sig. = 0,809	Berdistribusi Normal
Uji Heteroskedastisitas	Sig. = 0,094	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas menggunakan metode Shapiro-Wilk memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,809, yaitu lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,094, yang juga lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi klasik yang dipersyaratkan dan layak digunakan untuk analisis regresi linear sederhana serta pengujian hipotesis.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh Sistem Pembayaran Digital terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu. Hasil analisis regresi linear sederhana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien (β)	t hitung	Sig.
Konstanta	2,699	23,015	0,000
Sistem Pembayaran Digital	0,948	12,353	0,000

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 3 pada persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 2,699 mengindikasikan bahwa apabila variabel Sistem Pembayaran Digital (X) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* (Y) sebesar 2,699. Sementara itu, nilai koefisien regresi variabel Sistem Pembayaran Digital sebesar 0,948 menunjukkan arah hubungan yang positif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada Sistem Pembayaran Digital akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* sebesar 0,948 satuan, dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*). Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik penerapan sistem pembayaran digital, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam menggunakan jasa *laundry*.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) untuk mengetahui apakah variabel Sistem Pembayaran Digital berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry*.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Sistem Pembayaran Digital	12,353	0,000	H ₁ Diterima

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa variabel Sistem Pembayaran Digital memperoleh nilai t hitung sebesar 12,353 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu. Dengan demikian, H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Sistem Pembayaran Digital berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* dapat diterima.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Sistem Pembayaran Digital dalam menjelaskan variasi Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry*. Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,907	0,822	0,817

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (**R**) sebesar 0,907, yang menunjukkan bahwa hubungan antara Sistem Pembayaran Digital dan Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* berada pada kategori sangat kuat. Selanjutnya, nilai *R Square* sebesar 0,822 menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran Digital mampu menjelaskan 82,2% variasi Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry*. Adapun sisanya sebesar 17,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran Digital memiliki kontribusi yang besar dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa *laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu.

Pembahasan

Pengaruh Sistem Pembayaran Digital terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu. Temuan tersebut dibuktikan melalui hasil uji parsial (t-test) yang menghasilkan nilai t hitung sebesar 12,353 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima, sehingga semakin baik implementasi sistem pembayaran digital, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa *laundry*. Dengan demikian, sistem pembayaran digital tidak hanya berfungsi sebagai alternatif metode pembayaran, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih penyedia jasa.

Besarnya pengaruh tersebut diperkuat oleh hasil analisis koefisien determinasi yang menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,822. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa 82,2% variasi Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* dapat dijelaskan oleh Sistem Pembayaran Digital, sedangkan 17,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai koefisien korelasi (**R**) sebesar 0,907 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Temuan ini memberikan gambaran bahwa digitalisasi sistem pembayaran memiliki kontribusi yang besar dalam membentuk keputusan konsumen pada sektor jasa *laundry*.

Secara empiris, konsumen cenderung mempertimbangkan aspek kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, fleksibilitas, dan kenyamanan ketika melakukan pembayaran. Penyedia jasa *laundry* yang telah menyediakan berbagai alternatif pembayaran digital, seperti QRIS, dompet digital (*e-wallet*), maupun *mobile banking*, memberikan pengalaman transaksi yang lebih praktis dibandingkan pembayaran tunai. Kemudahan tersebut mampu mengurangi waktu transaksi, meningkatkan rasa aman karena setiap pembayaran tercatat secara otomatis, serta memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam menyelesaikan transaksi.

Temuan penelitian ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Laudon & Traver (2022) yang menjelaskan bahwa sistem pembayaran digital merupakan bagian dari perkembangan *electronic commerce* yang memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan keamanan transaksi. Dari perspektif pemasaran, Kotler et al. (2022) menjelaskan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan selama proses pembelian maupun penggunaan suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, kemudahan, kecepatan, serta keamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital dapat meningkatkan nilai yang dirasakan (*perceived value*) sehingga mendorong konsumen memilih penyedia jasa yang menawarkan fasilitas pembayaran digital.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian nasional yang dilakukan oleh Fitriyah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi transaksi dan mendukung keberlanjutan kinerja UMKM melalui pemanfaatan teknologi pembayaran digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran memberikan manfaat bagi pelaku usaha sekaligus menciptakan proses transaksi yang lebih efektif bagi konsumen. Selanjutnya, Pancawati et al. (2025) menjelaskan bahwa implementasi QRIS berperan dalam meningkatkan literasi keuangan digital masyarakat dan memperluas pemanfaatan transaksi non-

tunai. Sementara itu, Sholihah & Nurhapsari (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat merupakan faktor yang memengaruhi intensi pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS berdasarkan *Technology Acceptance Model*. Ketiga penelitian tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari sistem pembayaran digital menjadi faktor yang mendorong penerimaan teknologi pembayaran digital oleh pengguna.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan berbagai penelitian internasional. Humbani & Wiese (2024) melalui kajian sistematis menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, serta persepsi manfaat merupakan determinan utama yang memengaruhi adopsi dan keberlanjutan penggunaan sistem pembayaran digital. Selanjutnya, Nguyen et al. (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan pengalaman pengguna berpengaruh positif terhadap niat konsumen menggunakan layanan pembayaran digital. Hasil tersebut diperkuat oleh Al-Okaily et al. (2024) yang menemukan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi sistem pembayaran digital. Selain itu, Ramayanti et al. (2024) melalui kajian sistematis mengidentifikasi bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, kepercayaan, persepsi keamanan, serta pengaruh sosial merupakan faktor-faktor yang paling konsisten memengaruhi niat maupun penggunaan aktual pembayaran digital di berbagai negara. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi sistem pembayaran digital tidak hanya dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan sistem dalam memberikan manfaat nyata, rasa aman, dan pengalaman transaksi yang positif bagi pengguna. Berdasarkan hasil penelitian, teori, dan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa sistem pembayaran digital telah menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing usaha jasa. Pada konteks usaha *laundry* di Kelurahan Simpasai, penyediaan fasilitas pembayaran digital memberikan nilai tambah berupa kemudahan, efisiensi, dan keamanan transaksi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha *laundry* perlu terus mengoptimalkan penerapan sistem pembayaran digital sebagai bagian dari strategi peningkatan kualitas layanan, peningkatan pengalaman pelanggan, serta upaya mempertahankan loyalitas konsumen di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Sistem Pembayaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry* di Kelurahan Simpasai, Kabupaten Dompu. Hasil uji parsial (uji *t*) menunjukkan nilai *t* hitung sebesar 12,353 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,822, yang berarti bahwa Sistem Pembayaran Digital mampu menjelaskan 82,2% variasi Keputusan Penggunaan Jasa *Laundry*, sedangkan 17,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, fleksibilitas, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa *laundry*. Oleh karena itu, penerapan sistem pembayaran digital dapat dijadikan sebagai salah satu strategi bagi pelaku usaha *laundry* untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan kemudahan bertransaksi, serta meningkatkan daya saing usaha dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa penerapan sistem pembayaran digital dapat menjadi strategi yang efektif bagi pelaku usaha *laundry* dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penyedia jasa *laundry* diharapkan terus mengoptimalkan penggunaan berbagai metode pembayaran digital, seperti QRIS, dompet digital (*e-wallet*), dan *mobile banking*, guna memberikan kemudahan, keamanan, dan efisiensi transaksi kepada konsumen. Dari sisi akademis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai perilaku konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran digital pada sektor jasa. Penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, persepsi

kemudahan, atau kepuasan pelanggan agar mampu menjelaskan faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan penggunaan jasa secara lebih komprehensif.

REFERENCES

- Al-Okaily, M., Alqudah, H., Al-Natour, A., & Al-Debei, M. M. (2024). Factors influencing consumers' adoption of digital payment systems. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(11), 521. <https://doi.org/10.3390/jrfm17110521>
- Bank, W. (2022). The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Fitriyah, L., Purnomo, A. S., & Nugroho, P. (2024). Pengaruh financial literacy dan digital payment (QRIS) terhadap kinerja berkelanjutan UMKM Madura. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2146–2164.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis* (9th ed.). Cengage Learning.
- Humbani, M., & Wiese, M. (2024). Determinants of consumers' adoption and continued use of digital payment systems: A systematic review. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2338704>
- Indonesia, B. (2023). Laporan Sistem Pembayaran Indonesia 2023. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id>
- Jain, V., & Jain, N. (2024). From Cash to Clicks: A Systematic Review of Digital Payment Adoption Using the ADO Framework. *Global Business Review*, 32(4). <https://doi.org/10.1177/09711023241312523>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th Global ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce 2022-2023: Business, technology, society* (18th ed.). Pearson.
- Nasution, S. M. A., Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2023). Keputusan Pengguna Transportasi Online: Persepsi Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Layanan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2.
- Nguyen, T. H., Tran, T. T., & Le, H. T. (2024). Factors affecting consumers' intention to use digital payment services. *International Journal of Data and Network Science*, 8(2), 1021–1032. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.11.015>
- Pancawati, A. P. N. L. P., Sudarma, I. M., & Somiartha, I. P. (2025). Integrasi metode pembayaran QRIS dalam mendukung literasi keuangan digital menuju Indonesia Emas 2045. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 60–70.
- Pranata, D. (2025). Respons Masyarakat terhadap Penggunaan QRIS sebagai Metode Pembayaran pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Mesuji Kabupaten Ogan Komering Ilir. *IAIN Metro*.
- Ramayanti, R., Rachmawati, N. A., Azhar, Z., & Nik Azman, N. H. (2024). Exploring intention and actual use in digital payments: A systematic review and roadmap for future research. *Computers in Human Behavior Reports*, 13, 100348. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100348>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan implementasi digital payment pada UMKM: Intensi pengguna QRIS berdasarkan Technology Acceptance Model. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1), 1–12.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2022). *Information Technology for Management: Driving Digital Transformation* (12th ed.). Wiley.
- Wilson, A., Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (4th European Edition). McGraw-Hill Education.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th Edition). World Scientific Publishing. <https://doi.org/10.1142/y0024>
- Zakariya, A., & Arifin, A. A. (2025). The Application of Digital Payments (QRIS & E-Wallet) on the Efficiency of MSME Transactions. *Journal of Finance, Economics and Business*, 4(2), 1–19.